

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

١ أبوالحسن راشد علي

المقدمة :

تعتبر السياحة رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الانسانية بين الأمم والشعوب وهي ناجمة عن تطور المجتمعات وارتفاع المستوى المعيشي للفرد واستغلال اوقات الفراغ ومصدر من مصادر الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات من خلال تدفق العملات الاجنبية، حيث شهدت صناعة السياحة في الآونة الأخيرة تغيرات هامة حيث وصفت بأنها العملاق الاقتصادي في القرن العشرين، والصناعة التصديرية الأولى والصناعة الخدمية الثالثة في اقتصاد العالم بالقرن الحالي ، حيث يعزى ذلك الى كون السياحة تسهم في الدخل الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، بالإضافة الى ان السياحة مدخلا للتبادل الثقافي والحضاري ، والعادات والتقاليد وتشغيل الأيدي العاملة وتحقيق السلام والتفاهم بين الشعوب وتساعد السياحة على احياء التراث الحضاري فالسياحة تقدم فرص عمل مباشرة وغير مباشرة لا كثر من ٢٠٠ مليون شخص حول العالم ، لذلك تتنافس دول العالم المتقدمة والنامية على تحسين الصورة السياحية لها من خلال المجالات السياحية التي تعبر عنها في الأسواق المصدرة للسياحة لجذب أكبر عدد من السائحين^(١).

تأتي كلمة الثقافة من الكلمة اللاتينية *cultura* وهي ذات صلة بالعبادة ، أما معناها الواسع ، فإنه يشير الى كونه نتيجة للتفاعل البشري . أما لأغراض دراسة الإخراج والتصميم ،فإنها تعني اكتساب المعرفة التي يستخدمها الأفراد في تفسير الخبرة وتوليد السلوك الاجتماعي الخاص بأبعاد التصميم . فالثقافة لا تحدد القيم والسلوكيات المتصلة بالأنشطة الحياتية فحسب ، ولكنها تحدد أيضا الأنشطة المتصلة بإخراج وتصميم المجالات السياحية ذات المدلول الثقافي ، فإن ما يجذب انتباهنا وما يجعلنا نطالع صحف ومجلات بعينها

^١ مدرس مساعد بقسم الصحافة كلية الاعلام وتكنولوجيا الاتصال _ جامعة جنوب الوادي .

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

وكيف نبحث عن ما بها من معلومات يتصل بالخليفة الثقافية ، ويمثل تحديًا حقيقيا لمصممي الصحف والمجلات خاصة المجالات السياحية الدولية متعددة اللغات ، حيث يدور في أذهانهم تساؤل هل نقدم نسخ متعددة من التصميم أم نسخة واحدة ؟ ، حيث تحاول هذه الدراسة استكشاف كيف ولماذا المجالات السياحية لديها أدوار معينة في السياقات الثقافية المختلفة وكيف تجذب وتوجه انتباهنا ، وتشكل تجاربنا ووعينا نحو العالم^(٢) .

• الدراسات السابقة :

وقد قسم الباحث الدراسات السابقة إلي محورين ، المحور الاول يتناول دراسات الابعاد الثقافية ، والمحور الثاني يتناول الدراسات التي أجريت علي تصميم واخراج الصحف والمجلات ، من خلال ترتيب الدراسات السابقة من الأحدث إلي الأقدم :

أولاً : المحور الأول الذي يتناول دراسات الأبعاد الثقافية :

١- مانجول جوبتا (٢٠٢١) " عدم ملائمة سلوك الأفراد علي شبكات التواصل الاجتماعي: بناء على مستوى قيم الثقافية الوطنية"^(٣)

هدفت هذه الدراسة باستخدام منهج متعدد التخصصات إلي تفسير بناء عدم الملائمة السلوكية للشبكات التواصل الاجتماعي المنتشرة مؤخرًا بين جميع الفئات العمرية وتفسير كيف قد تؤدي الاختلافات في القيم الثقافية إلى اختلافات في سلوكيات الأفراد علي شبكات التواصل الاجتماعي. كما سعت هذه الدراسة إلي التحقيق في آثار القيم الثقافية التي يتبناها الفرد (الجماعية ، ومسافة القوة ، وتجنب عدم اليقين ، والذكورة والتوجه طويل الأجل) على قبول الأفراد للسلوكيات الغير ملائمة علي مواقع التواصل الاجتماعي . وقد استخدمت الدراسة بيانات المسح التي تم جمعها من ٤٨٢ مستخدمًا للشبكات الاجتماعية (٢٦١ في الولايات المتحدة و ٢٢١ من الهند). وتسلط هذه الدراسة الضوء على الحاجة إلى مزيد من البحث الأكاديمي حول تقاطع الثقافة وسلوكيات الشبكات الاجتماعية.

وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها أن الأفراد الذين لديهم مسافة عالية من القوة والذكورة والقيم الثقافية الموجهة على المدى الطويل هم أكثر تقبلاً لسلوكيات الشبكات الاجتماعية غير الملائمة للآخرين ، في حين أن أولئك الذين لديهم قيم ثقافية قوية لتجنب عدم اليقين لديهم درجة عالية من سلوك الشبكة الاجتماعية غير الملائم ، والذي يتم تعريفه على أنه إلى أي مدى يعتبر الآخرون سلوكيات مستخدمي

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها على الصورة القومية للمملكة السعودية

الشبكات الاجتماعية غير مقبولة. كما تؤكد هذه الدراسة على الحاجة إلى اعتماد نهج متعدد التخصصات لفهم سلوكيات الأفراد على الشبكات الاجتماعية. وتقدم الدراسة توصيات للمنظمات العالمية فيما يتعلق بالحاجة إلى إنشاء سياسات السلوك الملائم على شبكات التواصل الاجتماعي .

٢- فيليبو فيتولا ، نيكولا رايمو ، وآخرون (٢٠٢١) " هل الاختلافات الثقافية تؤثر على القضايا الأخلاقية؟ استكشاف العلاقة بين الثقافة الوطنية وجودة القيم الأخلاقية " (٤)

سعت هذه الدراسة إلى تسلط الضوء على القواعد الأخلاقية كأدوات لتعزيز الإجراءات الأخلاقية والصادقة وخلق دافع أكبر بين الأفراد ، ومحاولة تفسير إلي إي مدي تساعد القواعد الأخلاقية في تنفيذ الرقابة التنظيمية من خلال السماح للشركات بتمثيل أنظمة القيم والحدود العامة للأفراد . على الرغم من الأهمية العالمية للأخلاقيات ، فإن عمليات الصياغة ومحتويات القواعد الأخلاقية تختلف اختلافاً كبيراً بين البلدان. هذا الظرف يجعل تحليل تأثير الثقافة الوطنية على جودة القيم الأخلاقية أمراً في غاية الأهمية ، والذي لا يزال قليلاً في الأدبيات العلمية والأكاديمية. تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تحليل تأثير أبعاد هوفستد ، كتعبير عن الثقافة الوطنية ، على جودة القيم الأخلاقية ، من منظور الرقابة التنظيمية. وقد شمل التحليل ١٩١ شركة دولية تنتمي إلى ٢٩ دولة مختلفة وخمس قارات .

وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها أن جودة القواعد الأخلاقية مرتبطة بخمسة من أبعاد هوفستد الستة. كما تثيري هذه الدراسة الأدبيات من خلال توسيع مجال السوابق الداخلية والخارجية لجودة القيم الأخلاقية ، والتي تضمنت قبل هذا البحث تحليلات على المحددات الداخلية فقط.

٣- مايكل مينكوف ، أنيلي كاسا(٢٠٢٠) " اختبار نموذج هوفستد للثقافة باتباع نهجه الخاص"(٥)

تهدف هذه الدراسة إلي الكشف عن الدراسات الحديثة التي تتناول قضايا خطيرة بالاعتماد علي نموذج هوفستد الشعبي للثقافة ، وخاصةً أبعاده المتعلقة بتجنب عدم اليقين والذكورة والأنوثة. ولكن تلك الدراسات لم تركز على القضايا المتعلقة بالعمل كما هو الحال في بحث هوفستد. و لقد اتبعت هذه الدراسة نهج هوفستد في أبعاده عن كذب أكثر من أي دراسة أخرى من قبل. كما استخدمت الدراسة بيانات من برنامج المسح الاجتماعي الدولي الممثل على المستوى الوطني (أكثر من ٥٠٠٠٠٠ مشارك من ٤٧ دولة) ، وقياس أهداف العمل والإجهاد المرتبط بالعمل بطريقة مماثلة لتلك الخاصة بهوفستد.

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

وقد توصلت هذه الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها ، أنها دعت إلي تجنب المزيد من الالتباس ، ونصح الباحثين والاستشاريين والمديرين بإعادة النظر في استخدام نموذج هوفستد القائم علي تجنب اليقين والذكورة والانوثة والتركيز على الأبعاد الصالحة في نموذج Minkov-Hofstede المنقح. كما وصت الدراسة الحكومات الوطنية بأطلاق دراسات واسعة النطاق لثقافتهم الوطنية ، بناءً على نموذج هوفستد. و أن يكون الهدف من هذه الدراسات هو إشراك الثقافة في تصميم سياسات التنمية الاجتماعية والاقتصادية. يوجب أن تقوم الدراسات من هذا النوع على نماذج سليمة تجريبياً وإلا فقد تؤدي إلى صياغة سياسات معيبة.

٤- أجوستينو فوليرو، وألفونسو سيانو ، وآخرون (٢٠٢٠) " الأبعاد الثقافية لهوفستد والمسؤولية الاجتماعية للشركات في التواصل عبر الإنترنت " (٦)

سعت هذه الدراسة إلى مقارنة البيئة الاتصالية المعروضة على المواقع الإلكترونية للشركات و المنظمات المستدامة. وقد تم الوصول إلى الهدف من خلال تقييم كيفية اختلاف الأبعاد الثقافية لهوفستد ، المنعكسة في محتوى المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات ، وإجراء مقارنة نقدية ثقافية بين الشركات في السياق الثقافي الآسيوي والمنظمات الأخرى في جميع أنحاء العالم. وقد وضعت الدراسة مخطط ترميز لتحليل التأثير الثقافي على محتوى اتصالات المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات على مواقع الانترنت.

وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها أن هذه الدراسة أظهرت العلاقة بين الأبعاد الثقافية لهوفستد وتواصل المسؤولية الاجتماعية للشركات عبر الإنترنت ، وإن هذه العلاقة تنتمي إلى مستويات مختلفة من التحليل: أحدهما عشوائي ومنتشر ، بينما الآخر متعمد وعقلاني. كما طبق هذه الدراسة نظرية هوفستد بشكل مختلف عن الدراسات الموجودة حول الأبعاد الثقافية ، كما تشير النتائج إلى أن الأبعاد الثقافية هي عوامل يجب تحليلها باعتبارها جوانب اجتماعية ، في حين ينبغي بدلاً من ذلك استكشاف اتصالات المسؤولية الاجتماعية للشركات عبر الإنترنت كميزة استراتيجية.

٥- سونغشان هوانجا ، جون كروتسب (٢٠١٩) " العلاقات بين الأبعاد الثقافية لهوفستد ورضا السائح: تحليل شامل عبر البلاد " (٧)

سعت هذه الدراسة إلي الكشف عن مدي تأثير الثقافة على السلوك السياحي ، ولكن نظراً لصعوبة قياس القيم الثقافية مباشرة على المستوى الفردي ، فإن العلاقة بين الثقافة الوطنية ورضا السائح لم يتم إثباتها بعد من الناحية التجريبية. استخدمت هذه الدراسة عينتين من السائحين الوافدين على المستوى الوطني ، أي عينة مسح السائحين الدوليين لعام ٢٠١٧ الخاصة بمسح السائح الدولي في أستراليا ، وعينة مشروع مؤشر

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

الرضا السياحي في هونغ كونغ لعام ٢٠١٦ ، لاختبار العلاقات بين الأبعاد الثقافية الستة لهوفستد (مسافة القوة ، والفردية / الجماعية ، الذكورة / الأنوثة ، تجنب عدم اليقين ، التوجه طويل المدى / التوجيه المعياري قصير المدى ، الانغماس / ضبط النفس) ورضا السائح .

وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها أن الدراسة وقد أظهرت الارتباط ثنائي المتغير مع اختبارات التمهيد و أن هذه الارتباطات متسقة بين أربعة من الأبعاد الثقافية الستة ورضا الزائر عبر العينتين. في حين وُجد أن الفردية والانغماس مرتبطان ارتباطاً إيجابياً برضا السائح ، كما إن مسافة القوة والتوجه طويل المدى يرتبطان سلباً برضا السائح . يتم وقد تم التحقق من صحة النتائج باختبار إضافي يتضمن مفهوم المسافة الثقافية. وقد ساهمت هذه الدراسة في الأدبيات من خلال تقديم أدلة قوية على العلاقة بين الثقافة ورضا السائح ضمن إطار مبادئ التحيز الإنساني والقيم الثقافية الوطنية ورضا الزائرين عبر عينتين من الزوار الدوليين ، وبشكل جماعي ، فسرت هذه المقاييس للثقافة الوطنية ما بين ٨٪ إلى ١٠٪ من الفروق الإجمالية لرضا الزائر الإجمالي .

ثانياً: الدراسات التي تتناول تصميم وإخراج الصحف والمجلات :

٦- ميشيل سيرازيو (٢٠٢١) " كيف تحول تصميم وإخراج الأخبار إلى تسويق حرب العصابات: تاريخ ومنطق ونقد لصحافة العلامة التجارية " (٨)

سعت هذه الدراسة إلي الكشف عن مدي تأثير تصميم وإخراج المنتجات والمحتوى الاعلاني للعلامات التجارية الكبرى علي شكل ومضمون التغطية الصحافة ؛ حيث تشير الدراسة إلي ظهور ما يسمي بصحافة العلامات التجارية ، كما أن المعلنين يستهدفون الآن الأخبار كنوع من المخططات التجارية لمنتجاتهم . فتبحث هذه الدراسة في هذه الممارسة من خلال تحليل نقدي ثقافي لخطاب صناعة الإعلان بما في ذلك ٢٨ مقابلة متعمقة مع ممارسي صحافة العلامات التجارية في الولايات المتحدة إلى جانب عقد من التغطية الصحفية التجارية. من خلال تتبع المسار التاريخي الأول لصحافة العلامة التجارية وتحديد عوامل صناعة الإعلام التي تحفز المشاركين على استكشافها كوسيلة ترويجية في سياقها. بالاعتماد على نظرية تسويق حرب العصابات .

وقد توصلت هذه الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها ، توثيق ظهور صحافة العلامة التجارية وما يعترتها من إهمالاً تجارياً أساسياً في جوهرها - في محاكاة أسلوب و شكل ومضمون الصحافة - وبالتالي تنذر بإعادة

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

تعريف الإعلان كنموذج اتصال جماهيري مرئي ، إلي جانب إعادة نظر أساسية في نسيج وهدف الإعلان كشكل من أشكال الاتصال وعدم دمجها بشكل إخراجي او تصميمي مع الاخبار الصحفية .

٧- ماريانا كيتسا (٢٠١٩) " تصميم الصحيفة كعامل مهم في جذب جمهور الشباب " (٩)

سعت هذه الدراسة للبحث في مدي أمكانية أن يجمع تصميم الصحيفة كشكل فني بين المحتوى والغرض والبنية والتصميم ووظيفة النشر في قلب الهندسة المعمارية والاخراجية للصحيفة. ودراسة كيفية تأثير لغة الهندسة المعمارية في تصميم وإخراج الصحف علي أن تعكس طبيعة الأخبار والمادة التحريرية المقدمة ومدي تأثيرها في بعض المشاعر والانطباع الجمالي الذي يساعد علي إدراك المعلومات. وقد تعاملت الدراسة مع الصحيفة علي أنها بناء معماري له خصائص وأبعاد محددة ، والتي يمكن التعبير عنها بوحدات مترية أو مطبعية. مثل تنسيق الصحيفة والشريط ، وحجم الاخبار ، وعدد الأعمدة وشكلها ، وحروف النص ، وحجم الحقول ، والمسافات المشتركة.

وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها ، أن الدراسة قد أظهرت بالتجربة أن تصميم الصحيفة يؤثر علي جمهور الشباب ويمكن أن يجذب انتباهه أو العكس. وأن فن التصميم هو جذب انتباه القارئ الشاب من خلال وسائل جمالية مختلفة ، لأن الجريدة تتحدث مع قارئها ليس فقط بمساعدة الكلمة المطبوعة ، ولكن أيضاً بلغة الصور المرئية. يمكن تحقيق التأثير الأكبر من خلال اختيار أحجام وأنواع الخطوط بمهارة ، وهي إحدى الوسائل الرئيسية للتعبير عن وسائل الطباعة ؛ باستخدام مجموعة متنوعة من أدوات الرسم ، بما في ذلك العناصر الزخرفية والرسوم التوضيحية.

٨- جوانا وفيليب Johanna, Philipp (٢٠١٨) إتباع التصميم للتوجه السياسي " تصور التوجه

السياسي في تخطيط صفحة الجريدة " (١٠)

تهدف هذه الدراسة إلى كشف الكيفية التي ينعكس بها التوجه السياسي للصحف في تخطيط وتصميم صفحاتها ، يقارن الباحثان هنا تصميم و تخطيط خمس صحف ألمانية ذات شعبية عالية بشكل نموذجي واستكشافي مع مزيج من التحليلات الكمية والنوعية ، وجاءت أبعاد المقارنة متمثلة في الطباعة والحجم ، واللون ، وكمية وترتيب العناصر الطبوغرافية علي الصفحة .

و قد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أنه توجد فروقاً منهجية بين تنسيق وتخطيط وتصميم الصفحات من الجرائد اليمينية واليسارية و تنعكس هذه الاختلافات في تباين الأساليب التصميمية التقليدية

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها على الصورة القومية للمملكة السعودية

والمعاصرة وأيضاً في استخدام الألوان العادية والألوان المشحونة أيديولوجياً، بالإضافة إلى ذلك فإن حجم العناوين أعتمد على الحدود السياسية ، و يبدو أن التصميم الجرافيكي يعمل كنظام رمزي إيديولوجي مع أنماط تخطيط مختلفة تمثلت باستمرار في مواقف حزبية ، حيث تمكن القراء من التعرف على هذه الأنماط المرئية والتعرف عليها ، وقد توصلت الدراسة إلى نتيجة نهائية مفادها أنه يمكن للتخطيط أن يعمل كإطار مرئي للرسائل السياسية .

٩- ديفيد وماثيو David, Matthew (٢٠١٧) " الصفحات الأولى في أمريكا: تحديث ثقافي لمدة ٣٠ عاماً" (١١)

لقد استهلكت الثورة الرقمية عهداً جديداً من تصميم الصفحة الأولى ، حيث احتوت الصحف من جميع الأحجام أدوات مختلفة للتسويق والترويج ، وجاءت هذه الدراسة كتحديث لدراسة باسترنالك عن " اتجاهات تصميم الصحف في عامي ١٩٨٤ و ١٩٩٥ " ، فجاءت كمحاولة لدراسة حالة تصميم الصفحة الأولى بالصحف الحالية ، وعلاوة على ذلك ، فإنه الدراسة تهتم باستكشاف استخدام محاور التصميم وتأثيرها على تصميم الصفحة في سلاسل الجرائد المتواصلة زمنياً.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن الصفحة الأولى بالصحف تطورت بشكل ملحوظ معتمدة على جميع عناصر الجذب واستخدام اساليب متنوعة من عدد إلى آخر بخلاف الصفحات الداخلية التي تميزت بالثبات المطلق والتطور الشبه بطيء وعدم التنوع من عدد لآخر في اساليب التصميم المستخدمة ، وجاءت نسبة ٧٤% من قراء الصحف يقرأون الصحيفة بناء شكل الصفحة الأولى الذي يجذبهم للوهلة الأولى ثم على ما ورد بها أخبار مهمه وإشارات لموضوعات داخلية تجذبهم.

• مشكلة الدراسة :

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أن هذه الدراسات لم تتناول السياقات والتقاطعات والتباينات الثقافية لتصميم المجالات السياحية ، كما أنها لم تتناول التصميم بالمعنى الدقيق والشامل لكلمة إخراج ، أما انصب تركيزها على بعض العناصر البنائية فقط ؛ فلم تدرس علاقة العناصر البنائية مع بعضها البعض ومع أسلوب التصميم ككل ، كما أنها لم تتطرق إلى تقويم أساليب تصميم المجالات السياحية وفقاً للسياقات والتقاطعات الثقافية لكل دولة وأثرها على الصورة القومية المنعكسة عن الدولة ، كما أن الدراسات السابقة خلطت بين التوجهات الكمية والكيفية حيث لا يوجد تحديد واضح لأدوات الدراسات الكيفية التي تتناول

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

السمات الشكلية والإخراجية للصحف والمجلات ففي بعض الدراسات استخدمت الوحدات القرائية في التحليل و بعضها أعتمد على أداة تحليل الشكل وهذا لا يصلح مع التحليل الثقافي ، علاوةً على ما سبق فقد تبين للباحث أن المجلات السياحية أنها لم تقد من تطبيق نظريات الأبعاد الثقافية في أساليب تصميمها ، كما أنها لم تقد من العناصر البنائية الإفادة المثلى لتوصيل مضمونها في شكل جذاب ومريح لعين القارئ ، في آن واحد . ومن ثم فإن مشكلة الدراسة تنطلق مما أنتهي إليه التراث العلمي ، حيث اتفقت كثير من البحوث الأجنبية علي ابعاد هوفستيد الثقافية باعتبارها مرجعية في الدراسات الثقافية ، ودراسات الأعمال ، ودراسات الوجهة (الدراسات السياحية) ؛ مما جعل الباحث يطبقها علي تصميم وإخراج المجلات السياحية علي اعتبار أنها مرآة تعكس الواقع الثقافي، لذا تتحدد مشكلة الدراسة في أطروحة التباينات الثقافية في تصميم المجلات السياحية وأثرها علي الصورة القومية المنعكسة .

• أهمية الدراسة :

١- تأتي أهمية هذه الدراسة من الاهداف المتعلقة بسياسة البحوث والدراسات ومراكز الاستطلاع حول متطلبات المرحلة الحالية والمستجدات على الساحة المحلية والإقليمية والدولية لتجاوز المشاكل والانحرافات التي لا زالت تشكو منها السياحة المصرية وكانت سببا في نسيانها على الخارطة السياحية ، وذلك من خلال التنسيق والتعاون بين كل المهتمين بالعمل السياحي من أكاديميين وخبراء في الجامعات والمعاهد المتخصصة مع وزارة التعليم العالي ووزارة التربية ووزارة السياحة وهيئة السياحة ودائرة الآثار ووزارة الصحة والبيئة والاتحادات المهنية .

٢- تأتي أهمية هذه الدراسة من أنها تعد من الدراسات البينية التي تربط الإعلام بكل من الأنثروبولوجي وثقافة المجتمع .

٣- يمكن من خلال هذه الدراسة استنتاج ثقافة المجتمع من خلال التصميم .

• أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة بشكل رئيسي علي التعرف على " الأبعاد الثقافية لتصميم المجلات السياحية الدولية وانعكاساتها علي الصورة القومية " وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي :

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

- ١- التعرف علي العلاقة بين ثقافة المجتمع وتصميم المجلات السياحية الدولية .
- ٢- اختبار نظريات الابعاد الثقافية لهوفستيد وتطبيقها علي تصميم وإخراج المجلات السياحية .
- ٣- استنتاج الصورة القومية المنعكسة عن المجتمع من خلال التصميم .

• آلية التحليل الثقافي المتبعة :

سيقوم الباحث بالتحليل الثقافي والاجتماعي لسياقات تصميم مجلة السياحة السعودية " ترحال " ، من خلال ثلاثة محاور علي النحو التالي :

- ١- تحليل الأبعاد الثقافية لهوفستيد بالتطبيق علي المجلة السياحية الدولية عينة الدراسة .
- ٢- تحليل واستنتاج الصورة القومية المنعكسة عن الدولة التي تصدر منها المجلة السياحية الدولية عينة الدراسة .

• تساؤلات الدراسة :

تحاول الدراسة الإجابة علي سؤال رئيسي وهو إلي أي مدي يعكس تصميم مجلة ترحال السياحية الأبعاد الثقافية التي قدمها هوفستيد وانعكاساتها علي الصورة القومية للمملكة السعودية ؟ يتفرع منه ستة أسئلة فرعية ترتبط بقياس المدي الذي يأخذ قيمة سواء لأبعاد هوفستيد أو عناصر التصميم وهي :

- ١- ما مدي الارتباط بين بعد مسافة السلطة لدي هوفستيد وتصميم المجلات السياحية عينة الدراسة ؟
- ٢- ما مدي الارتباط بين بعد تجنب الحيرة لدي هوفستيد وتصميم المجلات السياحية عينة الدراسة ؟
- ٣- ما مدي الارتباط بين بعد الجماعية / الفردية لدي هوفستيد وتصميم المجلات السياحية عينة الدراسة ؟
- ٤- ما مدي الارتباط بين بعد الأنثوية / الذكورية لدي هوفستيد وتصميم المجلات السياحية عينة الدراسة ؟
- ٥- ما مدي الارتباط بين بعد الانغماس مقابل الكبح لدي هوفستيد وتصميم المجلات السياحية عينة الدراسة؟
- ٦- ما مدي الارتباط بين بعد التوجه طويل الأمد / وقصير الأمد لدي هوفستيد وتصميم المجلات السياحية عينة الدراسة ؟
- ٧- ما هي الصورة القومية للدول كما يعكسها تصميم المجلات السياحية الدولية عينة الدراسة؟

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

• الإطار النظري للدراسة نظرية الأبعاد الثقافية لهوفستيد Hofstede's Cultural Dimensions

صاحب النظرية هو البروفسور الهولندي جيرت هوفستد عالم انثروبولوجيا وعلم نفس اجتماعي أضاف إضافة ثمينة في "مناهج التحليل" وتطوير "أدوات التأثير" القياسية المتعددة الأبعاد في المجموعات البشرية. درس البروفسور جيرت "آثار تفاعل القوى المختلفة" التي تشكل "ثقافات الشعوب والأمم" وتفسر تباينها في قبول ورفض الظواهر المختلفة. فخرج بنظرية (الأبعاد الثقافية للتجمعات البشرية) كإطار تقييم منهجي للفروق بين الأمم والثقافات^(١٢).

تصف نظرية جيرت هوفستيد للأبعاد الثقافية Cultural Dimensions Theory آثار ثقافة مجتمع ما على قيم أعضائه ومدى ارتباط هذه القيم بالسلوك، وذلك باستخدام بنية مستمدة من تحليل العوامل. وجرى استخدام هذه النظرية على نطاق واسع في العديد من المجالات كنموذج للبحث، لا سيما في علم النفس بين الثقافات والإدارة الدولية والتواصل بين الثقافات. وطور هوفستد نموذجه الأصلي نتيجة لاستخدام تحليل العوامل لفحص نتائج مسح على مستوى عالمي حول قيم الموظفين من قبل شركة آي بي إم (IBM) في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي. وكانت النظرية إحدى أولى النظريات التي يمكن تقييمها كمًا، ويمكن استخدامها لتفسير الفوارق الملحوظة بين الثقافات^(١٣).

واقترحت النظرية الأصلية أربعة أبعاد يمكن من خلالها تحليل القيم الثقافية: الفردية-الجماعية؛ وتجنب عدم اليقين؛ ومسافة السلطة (قوة التسلسل الهرمي الاجتماعي)، فضلاً عن الذكورة-الأُنوثة (التوجه حسب المهام مقابل التوجه الشخصي). ودفعت البحوث المستقلة التي تم إجراؤها في هونغ كونغ هوفستد إلى إضافة بعد خامس؛ وهو التوجه طويل المدى؛ لتغطي جوانب القيم التي لم تُناقش في النموذج الأصلي. في طبعة عام ٢٠١٠ من كتاب الثقافات والمنظمات: برامج للعقل (Cultures and Organizations: Software of the Mind)، أضاف هوفستد بعدًا سادسًا، وهو الاسترسال مقابل ضبط النفس، كنتيجة لتحليل البيانات الخاص بمايكل مينكوف من مسح القيم العالمي. وعملت أبحاث إضافية على تحسين بعض الأبعاد الأصلية وأدخلت الفرق بين البيانات على المستوى القطري والبيانات على المستوى الفردي في التحليل^(١٤).

لقد حاوله بعض الباحثين تقديم صورة مركبة عن الثقافة من خلال اجراء الدراسة في الجوانب الفرعية أو أبعاد الثقافة , وتحديدًا حدد هوفستيد أربعة ابعاد وبعد ذلك اضاف بعدا خامسا الى الثقافة التي تساعد

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

فتفسير كيف ولماذا الأفراد ومن ثقافات مختلفة يتصرفون كما هم يفعلون ، وقد استمرت الدراسات على نتائج هوفستيد لتكون نقطة محورية لبحوث أخرى . وكرزت هذه الأبعاد الأربعة كما حددها هوفستيد^(١٥):

- ١- تقبل السلطة .
 - ٢- تجنب عدم اليقين .
 - ٣- الفردية مقابل الجماعية .
 - ٤- الذكورة مقابل الأنوثة .
- وهناك بُعد خامس تم إضافته وهو وقت التوجه هل هو توجه طويل الأمد أو قصير الأمد للثقافات ، فهناك (١٩) دولة من شرق آسيا لديها توجهات طويلة الأمد ، أما الولايات المتحدة وانكلترا فكانت ذات توجهات قصيرة الأمد ، في حين أن وقت التوجهات ذات أهمية لدينا لفهم الثقافات ، ألا أن الأبعاد الثقافية الستة الأخير لهوفستيد نالت اهتماما كبيرا ، وبالتالي تشكل محورا أساسيا هنا .

• تقبل السلطة (١٦) Power Distance

يشير مستوى السلطة لأي مدى يتقبل الأعضاء أو النفوذ في المؤسسة أو المنظمة الأقل سلطة أو نفوذ للنفوذ الموزع بشكل غير متكافئ بين الأفراد . فهناك ٢٠ بلد طاعة عمياء الأوامر الصادرة من السلطة العليا وبالتالي لديها مستوى نفوذ عالي . وفي كثير من المجتمعات يميل العاملین في المستويات الوظيفية الأمل على إتباع الأوامر باعتبارها مسألة إجرائية . أما في المجتمعات ذات مستوى النفوذ العالي ، هناك طاعة صارمة حتى في المستويات العليا ومن أمثلة ذلك المكسيك والهند وكوريا الجنوبية .

ويمكن قياس هذا البعد في عدة طرق . فمثلا المنظمات في البلدان ذات النفوذ المنخفض (أي مدى تقبل السلطة) ستكون لا مركزية ولها هياكل تنظيمية مسطحة وكذلك نطاق إشراف اقل . أما البلدان ذات التقبل الكبير للسلطة غالبا ما تكون مركزية ولها هياكل طويلة كما ستكون هناك الأشراف كبير مقارنة مع النموذج الأول كما أن المؤهلات الوظيفية في المستويات الهرمية الأولى (الشعب) منخفضة . حيث أن الهيكل الأخير يشجع ويعزز عدم المساواة بين الأفراد العاملين وعلى مختلف المستويات .

• تجنب عدم اليقين (١٧) Uncertainty Avoidance

يشير إلى أي مدى يشعر الأفراد بأنهم مهددون نحو أوضاع الغامضة والحالات والمعتقدات المختلفة والتي يحاولون تجنبها . فهناك (٢٣) دولة في العالم يسكنها أفراد لا يميلون إلى الغموض وبالتالي تميل إلى توفير

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

الأمن وأيمان قوي بخبراتهم ومعرفتهم مثل (ألمانيا وأسبانيا واليابان) أما الثقافات ذات التجنب الغموض أو عدم التأكد المنخفض , فأن افرادها يميلون بشكل كبير لتقبل المخاطرة المرتبطة بعدم المعرفة والمجهول , ويجب أن تستمر الحياة بالرغم من ذلك مثل (الدنيمارك وبريطانيا) .

• الفردية مقابل الجماعية (١٨) Individualism

الفردية: هي ميل الأفراد إلى لاهتمام بأنفسهم وأسرههم فقط ، ولقد قام هوفستيد بقياس هذا الاختلافات الثقافي على التواصل على التواصل بين الطرفين فالنزعة الفردية في نهاية احد الأطراف والنزعة الجماعية في الطرف الآخر ، أما الجماعة فأنها (ميل الأفراد لان يكون ضمن مجموعات أو جماعات ورعاية بعضهم البعض من أجل تحقيق الولاء).

• الذكورة مقابل الأنوثة (١٩) Masculinity

تتم تعريف الذكورية من قبل هوفستيد بأنها (الحالة التي تكون القيم المهيمنة هي النجاح والمال والمقتنيات) ، وخلافا لبعض الأفكار الطارئة والدلالات فقد عرفة هوفستيد الأنوثة بأنها (الحالة التي تكون فيها القيم السائدة المجمعية والاهتمام بالآخرين ونوعية الحياة) .

• الانغماس والكبح Indulgence versus Restraint

بناء على البحوث المرتبطة بالسعادة النسبية حول الحاجات والرغبات ضمن معظم معايير البعد الاخيرة للحرية لإرضاء واحدة من الحاجات والرغبات ضمن المجتمع. فالمجتمعات المتسامحة تشجع على اشباع الحاجات الانسانية بينما ثقافات الاكراه تنظم وتتحكم بالسلوك بناء على تقاليد ضمن المجتمع، فالبلدان التي تظهر دلائل على التسامح العالي تشمل الولايات المتحدة وأستراليا والمملكة المتحدة ، وتميل هذه لان تعيش اللحظة، وهي تشارك في الكثير من الانشطة وقادرة بحرية على ارضاء رغباتها الانسانية الاساسية ، فالأفراد في هذه المجتمعات ويعبرون بحرية عن ساعاتهم ويظهرون انفسهم كأفراد قادرين على التحكم برغباتهم. اما البلدان التي تظهر دلائل على الاكراه (بُعدُ هوفستيد للإكراه)تشمل مصر ورومانيا والصين ، في هذه البلدان الافراد يشاركون في أنشطة اقل ويعبرون عن ساعاتهم بمستوى أقل ويعتقدون بان رغباتهم الخاصة ليست خاضعة لسيطرتهم.

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

• التوجه طويل / قصير الأمد LONG ORIENTATION SHORT TERM ORIENTATIO:

يجب على كل مجتمع الحفاظ على بعض الروابط مع ماضيه أثناء التعامل مع تحديات الحاضر والمستقبل. تعطي المجتمعات الأولوية لهذين الهدفين الوجوديين بشكل مختلف ، حيث أن المجتمعات التي تحصل على درجات منخفضة في هذا البعد ، على سبيل المثال ، تفضل الحفاظ على التقاليد والأعراف العريقة بينما تنتظر إلى التغيير المجتمعي بعين الريبة. من ناحية أخرى ، فإن أولئك الذين لديهم ثقافة تسجل درجات عالية ، يتخذون نهجاً أكثر واقعية: فهم يشجعون التوفير والجهود في التعليم الحديث كوسيلة للاستعداد للمستقبل. كما أنه في سياق إدارة الأعمال ، يشار إلى هذا البعد على أنه "معياري (قصير الأجل) مقابل (طويل الأجل)"^(٢٠).

• توظيف نظرية هوفستيد بالدراسة :

ساعدت نظرية هوفستيد الباحث في توضيح تعقد عملية تأثير إدراك الثقافة على السلوك . ومن خلال تطبيق هذه الأبعاد علي تصميم مجلة ترحال السياحية الدولية عينة الدراسة أمكن الباحث من استنتاج ثقافة وقيم المجتمع الخاص بالمملكة العربية السعودية التي تصدر عنها المجلة السياحية إلي جانب استنتاج الصورة القومية التي تعكسها تلك الأبعاد . وقد وجد الباحث من خلال استعراض الدراسات السابقة أنه قد يكون البلد ذات تقبل عالي للسلطة وتظهر فيها بأن الفردية منخفضة ، وقد تكون العكس بالعكس . وقد وجد هوفستيد تماما عندما يكون عدم اليقين منخفض قد يتوقف معها الذكورية العالية . على الرغم ، بأن هناك عدد من الأفراد هم على استعداد على العيش مع اليقين فأنها ترغب كذلك بالمال والسلطة وتوافق القيمة المنخفضة إلى جودة العمل والاهتمام بالأخريين ببساطة الأدلة التجريبية حو تأثير الأبعاد الثقافية.

• منهج الدراسة :

اعتمد الباحث علي استخدام منهج المسح : بشقه الوصفي التحليلي وذلك لأنها دراسة ثقافية استدلالية ، فسعي الجانب الوصفي من منهج المسح إلي وصف الأبعاد الثقافية الستة التي قدمها هوفستيد وإعطائها قيم كمية من ثم الاستدلال الكيفي علي ثقافة مجتمع الدراسة ، وكذلك مسح عناصر التصميم ، وارتباط كل منهما بالآخر من الناحيتين : الكمية والكيفية وتحديد دلالات العناصر الاخراجية المستخدمة بالمجلة السياحية الدولية عينة الدراسة .

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

• عينة الدراسة :

تعني برصد وتحليل سياقات تصميم المجلات السياحية الدولية (مجلة السياحة السعودية " ترحال ") نموذجاً وربطها بسياقها الثقافي و السياسي والاقتصادي والاجتماعي في فترة زمنية لمدة عام كامل تتراوح من بداية شهر يناير ٢٠١٩ وحتى نهاية شهر يناير ٢٠٢٠ ، بواقع ١٢ عدد للمجلة في مدة زمنية شهدت فيها السياحة السعودية تطوراً كبيراً وملحوظاً ، وقد تم التحليل في إطار ثقافي ونقدي يتيح للباحث امكانية رؤية الظاهرة المدروسة في اطار سياقها (السياسي والاجتماعي الاشم) .

• أدوات الدراسة :

اعتمد الباحث علي أداة تحليل الشكل حيث أن طرق تحليل تصميم وإخراج الصحف والمجلات تختلف علي حسب الهدف الذي تسعى إليه الدراسة ويتم ذلك باختيار طريقة التحليل التي تشمل عملية الوصول إلي الهدف الرئيسي لذلك اعتمد الباحث هنا علي المدخل الثقافي الذي يعتبره اكثر المداخل التحليلية تحقيقاً لهدف الدراسة لتركيزه علي التفاصيل و الدلالات الخاصة بالسياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية للتصميم والاخراج.

* تحليل مجلة ترحال (المملكة العربية السعودية)

مجلة "ترحال"، هي مجلة شهرية الصدور ، تصدر عن الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني بالمملكة العربية السعودية ، وقد أطلقها صاحب السمو الملكي الأمير سلطان بن سلمان بن عبدالعزيز رئيس الهيئة في ربيع الأول ١٤٢٨هـ الموافق لشهر مايو ٢٠٠٧م ، وتعني بنشر العديد من الموضوعات السياحية المختلفة عن السياحة الداخلية في المملكة ، إلي جانب تسليط الضوء على اشهر المناطق والمواقع الأثرية والسياحية بشكل تفصيلي مميز يقدم للقارئ معلومات وافية وموثقة عنها ، يساعد علي إثبات الهوية الثقافية للمجتمع السعودي ، وملء شغف القراء بأهم المواقع السياحية الخلابه ، فهي تعد بمثابة المرشد السياحي للسياحة الداخلية بالمملكة .

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

تحليل الأبعاد الثقافية لهوفستيد بالتطبيق علي مجلة ترحال :

نظراً لتباين الأبعاد الثقافية التي طرحها هوفستيد فقد احتوت بعض الأبعاد علي ثلاث و بعضها علي اربع فئات و بعضها علي اكثر ، ويتم قياس كل بعد منها بشكل منفصل ، علي أن تأخذ كل فئة وزن نسبي مقداره ثلاث نقاط يتدرج من واحد إلي ثلاث حيث تعني القيمة (١) الحصول علي الحد الأدنى ، وتعني القيمة (٢) المتوسط ، وتعني القيمة (٣) الحصول علي الحد الأقصى ويمثل الجدول التالي المقياس بشكل تفصيلي :

جدول رقم (٨) مقياس الأبعاد الثقافية لدي هوفستيد

أبعاد هوفستيد	أبعاد التصميم	الوزن النسبي	نقاط المجلة	نقاط الدولة
التفاوت في القوي والنفوذ (مسافة السلطة)	٤	٣	١٢	١٢
تجنب القلق وعدم اليقين (رفض المخاطر)	٤	٣	١٢	١٢
الجماعية مقابل الفردية	٤	٣	١٢	١٢
الذكورة مقابل الأنوثة	٧	٣	٢١	٢١
الانغماس/الكبح	٣	٣	٩	٩
التوجه طويل الأمد /قصير الأمد	٤	٣	١٢	١٢

١- التفاوت في القوي والنفوذ (مسافة السلطة) :

يقصد بمسافة السلطة في التصميم الطبقي بين المجموعات والأفراد داخل المجتمع ، والمسافة بين المجموعات التي لديها السلطة (السياسية والاجتماعية والاقتصادية والدينية) والمجموعات التي تتطوي تحت لوائها ، فالأولي تحظى بظهور مكثف في وسائل الاعلام ، والثانية يتم تهميش ظهورها في وسائل الاعلام ، كما أن تنظيم المعلومات بالمجلة ربما يحتوي علي هرمية تحدد آلية تدفق المعلومات ، وربما

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

تقرض المجلة قيوداً علي تداول المعلومات ، كل ذلك يتأثر بمسافة السلطة والقيود السياسية ، والدراسة هنا ترصد مسافة السلطة في التصميم ، كما يلي :

جدول رقم (٩) تحليل في مجلة ترحال

تنظيم المعلومات	قيود تداول المعلومات في المجتمع	الترتيب الاجتماعي	هرمية السلطة (ظهور الرؤساء والقادة)
٣	٢	٣	٣

أ- **هرمية السلطة (ظهور الرؤساء والقادة)** : يتم قياس هذه الفئة من خلال ظهور صور الرؤساء والقادة بشكل مكثف أو ظهورها بشكل متوسط أو ضعيف وفقاً للأحداث ، حيث أن ظهورها بشكل مكثف يأخذ القيمة (٣) و ظهور بشكل متوسط يأخذ القيمة (٢) وندرة الصور تأخذ القيمة (١) ، ويتبين من التحليل أن السعودية من دول العالم الثالث التي تتصف بهرمية السلطة ومركزيتها وينعكس ذلك علي تصميم المجلات والصحف بها ، حيث أن صور الملك وولي العهد والأمراء وشيوخ القبائل والقري هي السائدة بمجلة ترحال فأخذت القيمة (٣) سواء كان ذلك من خلال الصور الفردية أم الجماعية لارتباط الواقع السياسي العربي بهم من زاوية وصنعهم للأخبار من زاوية أخرى ، مما يعكس هرمية السلطة في الانظمة الوراثية للحكم .

ب- **الترتيب الاجتماعي والاخلاقي** : ويقصد به التركيز علي الرموز الدينية وأعلام الدول الوطنية والشعارات الدينية ، فكلما كان هناك تركيزاً علي الرموز الدينية تأخذ المجلة القيمة (٣) وإذا كان التركيز بشكل متوسط تأخذ القيمة (٢) ، وإذا كان بشكل ضعيف تأخذ القيمة (١) ، ويتبين من التحليل أن الوازع الأخلاقي والتقدير الاجتماعي لرموز الدين بدا مرتفعاً بالسعودية بحصولها علي أعلى قيمة (٣) ، حيث تلتزم مجلة ترحال وسائل الإعلام والنشر وجميع وسائل التعبير بالمملكة السعودية بإزالة المواد المخالفة التي تعتبر مسيئة لمعايير الإسلام، بما في ذلك الإشارات إلى لحم الخنزير والمسيحية والأديان الأخرى والكحول والجنس وتقوم بنشر تمليه عليها أنظمة الدولة، وتسهم في تثقيف الأمة دينياً ودعم وحدتها، ويحظر ما يؤدي إلى الفتنة، أو الانقسام .

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

ت- قيود تداول المعلومات في المجتمع : يقصد بقيود تداول المعلومات القيود الأمنية المفروضة علي تداول المعلومات وحرية انتقال الأفكار المتصلة بالموضوعات السياسية والدينية والجنسية والتعليق عليها بحرية كاملة ، وتم قياس هذه الفئة من خلال وجود تعليق علي هذه الموضوعات من عدمه او وجوده في بعض الموضوعات واختنائها في البعض الآخر ، حيث أن وجود هذه القيود بكثافة علي الافكار والموضوعات وعدم التعليق عليها بحرية يأخذ القيمة (١) ، و وجودها بشكل متوسط يأخذ القيمة (٢) ، و وجودها بشكل ضعيف يأخذ القيمة (١) ، واختنائها يأخذ القيمة صفر ، وقد تبين من التحليل أن القيود المفروضة علي نشر الموضوعات السياحية بالمجلة السعودية كانت عالية في النصف الاول من فترة الدراسة ثم أخذت هذه القيود تتفك شيء فشيء بالحفاظ علي ثوابت لا يمكن المساس بها فأخذت القيمة (٢) حيث ظهر ذلك بالموضوعات والصور المنشورة داخل المجلة والتي ارسى قيودا علي عدم نشر أي موضوع يتناول الموانع والمحرمات داخل أراضي المملكة من أكل لحم الخنزير وشرب الخمر بكافة أنواعها او ظهور الرجال او النساء بملابس السباحة علي الشواطئ ، الا أن بعد الانفتاح والسماح بإقامة الحفلات والمهرجانات المملكة اخذت هذه القيود بالتلاشي^(٢١) .

ث- تنظيم المعلومات : ويقصد بتنظيم المعلومات هنا جمع الموضوعات المتشابهة ووضعها في فهرس وقائمة محتويات العدد ليسهل وصول القراء إليها وعادة ما يكون تنظيم الموضوعات وفقاً لتنظيم المجتمع ، فكلما كان المجتمع طبقياً كلما كانت هناك فهرس وقوائم للمحتوي المتشابه الذي تضمه المجلة ، وكلما كان المجتمع غير منظم أو متماسك كلما قلت الفهارس او قوائم المحتوي المتشابه ، وذلك لتنوع المجتمع وتنوع فئاته فالمجلة صورة مصغرة من المجتمع وفئاته ، وعلي هذا الاساس التنظيم العالي للمعلومات يأخذ القيمة (٣) والمتوسط يأخذ القيمة (٢) والضعيف يأخذ القيمة (١) ، واتضح من التحليل أن المجلة السعودية مرتفعة جداً في تنظيم وترتيب وجمع الموضوعات حيث تأخذ القيمة (٣) وذلك لان المجتمع السعودي مجتمع شديد الطبقيّة وذلك حيث يعتبر الإسلام هو الدين السائد في السعودية إذ يمثل ٩٧% من مجموع عدد السكان، وحوالي نسبة ١٠٠% بين المواطنين. أغلبية السعوديين هم من السنة إذ تقدر نسبتهم بحوالي ٨٥-٩٠%، في حين يمثل الشيعة حوالي ١٠-١٥% ، كما أن التبشير في الدولة من قبل غير المسلمين

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

غير قانوني، ولا يوجد قانون في الدولة يحمي حرية الأديان، ومن شروط الحصول على الجنسية السعودية أن يكون طالبها مسلم^(٢٢) .

٢- تجنب القلق وعدم اليقين (رفض المخاطر) :

ينقسم تجنب القلق وعدم اليقين (رفض المخاطر) إلي فئتين ، الأولى تجنب الحيرة المرتفع ، وهي الثقافات التي تتمسك بالأفكار التقليدية وترفض الجديد وتتخوف من المستقبل وتفضل الرسائل الواضحة والمصنفة، وترى الأمان في القيم والتقاليد ، الثانية : تجنب الحيرة المنخفض وهي الثقافات التي تسعى إلي التجديد والابتكار ، وترى الأمل في المستقبل وترفض التقليد ، وينعكس بعد تجنب القلق وعدم اليقين علي التصميم وطبيعة عرض الموضوعات ، فالفئة الأولى يذكر صراحة مزايا السفر والسياحة لدولتها ، فالهدف العام للمجلة واضح ، وتعمل المجلة علي تقديم الأدلة علي الادعاءات والمميزات السياحة للدولة التابعة لها ، مع استخدام الاستمالات العاطفية ، في الوقت الذي ترفض فيه الفئة الثانية تجنب الحيرة المنخفض هذه الإجراءات وتفضل الحرية في عرض المعلومات والبحث الذاتي عن المعلومات ، فإذا كان تجنب الحيرة مرتفع تأخذ القيمة (٣) وإذا كان متوسط تأخذ القيمة (٢) وإذا كان منخفض تأخذ القيمة (١) ، ويتضح ذلك فيما يلي :

جدول رقم (١٠) تحليل في مجلة ترحال

الاستمالات المستخدمة	تقديم الأدلة علي الادعاءات والمميزات السياحة لدولة المجلة	وضوح الهدف من المجلة	يذكر صراحة مزايا السفر والسياحة لدولة المجلة
٣	٣	٣	٣

ويتضح من التحليل أن المجلة السعودية تنتمي للفئة الأولى من تجنب الحيرة المرتفع حيث أنها أخذت القيمة (٣) في جميع فئات التحليل ، حيث أنها تذكر صراحة مزايا السفر والسياحة للسعودية من خلال تقديم عروض رحلات الطيران و الخصومات علي الفنادق و ايجار العقارات وتقدم كل المعلومات عن الوجهات السياحية واسعارها وطريقة الوصول اليها ومواعيد استقبالها للسياح بشكل تفصيلي للقارئ ، فالهدف العام للمجلة يتجلى واضحاً بكل موضوع من موضوعاتها وتدعم ذلك بالعديد من الأدلة البيانية والإحصائية علي ارتفاع اعداد الرحلات السياحية للملكة في كل عام ، إلي جانب استخدام الاستمالات العاطفية بشكل كبير

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها على الصورة القومية للمملكة السعودية

حيث استهدفت الاستمالات العاطفية بالمجلة التأثير على وجدان القارئ وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف المجلة ، واعتمدت الاستمالات العاطفية بالمجلة على استخدام الشعارات والرموز، وتعتمد في ذلك على خاصية التبسيط لعملية التفكير واختزال مراحلها المختلفة عن طريق إطلاق حكم نهائي في شكل مبسط، ومن أمثلة ذلك في القرآن الكريم قول الحق عز وجل: ((يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ)) (الحجرات: ١٣) ، فالشعارات هي عبارات يطلقها القائم بالاتصال لتلخص هدفه في صيغة واحدة ومؤثرة بشكل يسهل حفظها وترديدها، أما الرموز فتشير إلى تنظيم التجارب الإنسانية في مجموعة من الرموز التي تلغي صناعياً التباين بين الأفراد في عالم الواقع، ويصبح التفاهم ممكناً على أساس هذه الرموز العامة التي حلت محل التجارب الفردية وأصبح لها مدلول عام متفق عليه بين أفراد الجماعة ، إلي جانب استخدام الأساليب اللغوية، مثل التشبيه والاستعارة والكناية أو الاستفهام، الذي يخرج عن كونه استفهاماً حقيقياً إلى معنى آخر مجازي كالتفخيم ، وكل الأساليب البلاغية التي من شأنها تقريب وتجسيد وجهة نظر القائم بالاتصال، الي جانب الاستشهاد بالمصادر، وهي تستغل حب التشبه بمن هو أكثر أو أعلى سلطة أو من يحظى بمصداقية عالية من جانب المتلقي ، وكذلك معاني التوكيد، وهي العبارات والألفاظ التي تستخدم لتشديد المعنى ، و استخدام غريزة القطيع، ويقصد بها، استغلال الضغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجعية التي ننتمي إليها، ويطلق عليها العدوى النفسية^(٢٣).

٣- الجماعية مقابل الفردية :

يناقش هذا البعد درجة الترابط التي يحافظ عليها المجتمع بين أعضائه من خلال نزوعه إلي الفردية أو جنوحه نحو الجماعية ، وينطوي هذا البعد علي أربع عناصر الاول : الهوية الثقافية الموجهة في المجلة ، الثاني : سياق المجلة اللفظي ، الثالث : نوعية الصور ، الرابع : الألوان ، وهذه العناصر هي التي تحدد اتجاه تصميم المجلة نحو الفردية أو الجماعية علي النحو التالي :

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

جدول رقم (١١) تحليل الجماعية / الفردية في مجلة ترحال

الهوية الثقافية الموجهة في المجلة	سياق المجلة اللفظي	نوعية الصور	الالوان
٣	١	٢	١

أ- الهوية الثقافية الموجهة في المجلة : ويقصد بها الباحث هنا مجموعة المقومات والخصائص التي تتفرد بها الشخصية السعودية وتجعلها متميزة عن غيرها من الهويات الثقافية الأخرى وتتمثل هذه المقومات في اللغة والدين والتاريخ والجغرافيا و العادات والتقاليد والاعراف ، فالموضوعات التي تعكس هوية مدن وقرى محدده بالمجتمع السعودي تأخذ القيمة (٣) ، والموضوعات التي تركز علي الهوية الثقافية للمجتمع السعودي ككل تأخذ القيمة (٢) ، والموضوعات التي تعكس هوية أفراد من خارج المجتمع السعودي تأخذ القيمة (١) ، ويتضح من تحليل الهوية الثقافية التي تعكسها المجلة أنها تجمع بين الموضوعات التي تعكس الهوية الثقافية لمدن وقرى وعشائر محدده وتأخذ القيمة (٣) ، والموضوعات التي تعكس هوية المجتمع السعودي ككل ، وهذا البعد يعكس التوجه الجماعي للمجتمع السعودي فهو مجتمع عقيدته الإسلام، وهو دين جميع أفراد الشعب، فنعدُ المملكة من الدول النادرة في العالم التي يعتنق جميع سكانها ديناً واحداً وهو الإسلام بنسبة (١٠٠%) وهذه الوحدة الدينية هي نقطة القوة الكبرى في التوجه الجماعي للمجتمع ، كما أن اللغة العربية هي اللغة الوحيدة والرسمية في المملكة كما أنها الدولة التي لم تخضع في تاريخها للاستعمار الأجنبي الذي قد يفرض لغته على البلاد التي يستعمرها. ولقد أثر هذان العاملان - الدين الواحد واللغة الواحدة - بشكل بيّن وواضح في جميع مناحي حياة المجتمع وانصباغ المجتمع بصفة التوجه نحو الجماعية ، فالدين الإسلامي ساهم في صهر كافة شرائحه في بوتقة واحدة، كما ساعد على القبول الجماعي بدرجة كبيرة بين أفراد المجتمع لمرئيات وقرارات السلطة نحو قضايا التنمية، فتقافة المجتمع ذات الطابع الديني والإسلامي تنعكس بشكل واضح على تفاعلات الناس في حياتهم اليومية وهو ما تعكسه مجلة ترحال من خلال اعدادها ، بل وفي ثقافتهم المحكية والمتداولة بينهم بشكل يومي الأمر الذي يؤكد على أن العمليات الصغرى للحياة اليومية في المجتمع السعودي قد تحددت وتشكلت في ضوء البناء الجماعي للمجتمع وليس

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

البناء الفردي ، ويمكن ملاحظة ذلك حتى على أجهزة الدولة ووزارتها حيث تمت هيكلتها بصورة تعكس أسس المجتمع وثوابته^(٢٤)

ب- **سياق المجلة اللفظي** : و يقصد به الباحث هنا النظم اللفظي للكلمة، وموقعها منه، ويشمل الكلمات والجمل الحقيقية السابقة واللاحقة للكلمة، والنص الذي توجد فيه؛ فهو السياق الذي توجد فيه اللفظة في الجملة، فنكتسب من السياق توجيهاً دلاليًا، وقد تأتي في سياق آخر فنكتسب دلالة أخرى ، فإذا كان السياق اللفظي للمجلة فردي يتحدث بلسان الفرد ويخاطب الفرد يأخذ القيمة (٣) ، وإذا كان سياق اللفظي يتحدث بلسان الجماعة ويخاطب الجماعة فإنه يأخذ القيمة (١) ، وإذا كان السياق اللفظي يجمع بين السياق الفردي والجمعي فإنه يأخذ القيمة (٢) ، ويتضح من التحليل أن السياق اللفظي للمجلة يعتمد بشكل أساسي علي التوجه للجماعة فيأخذ القيمة (١) حيث يبدأ الموضوعات دائماً بأعزائي القراء وليس بعزيزي القارئ ، يتوجه السياق اللفظي في المجلة لمخاطبة العائلة وتعزيز قيمة العائلة في الحديث ، فاللغة العربية هي اللغة الرسمية الوحيدة، ويتكلم السكان المواطنون اللغة العربية بأكثر من ٢٠ لهجة محلية وبالرغم من ذلك فالسياق اللفظي للمجلة موجهه باللغة الفصحى فهي اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام والتعليم والمعاملات الرسمية والحكومية.

ت- **نوعية الصور** : ويقصد بنوعية الصور هنا ، الصور التي تحتوي علي مجموعات في مقابل الصور التي تحتوي علي أفراد ، وفقاً للفردية صور الأفراد تأخذ القيمة (٣) ، والصور التي تجمع الأفراد والمجموعات تأخذ القيمة (٢) ، والصور الجماعية تأخذ القيمة (١) ، ويتضح من التحليل أن المجلة السعودية معت ما بين الصور الفردية المتمثلة في صور الملك وولي العهد والأمراء والوزراء وبعض الشخصيات العامة ، بينما تناولت الصور الجماعية الاحتفالات والمهرجانات والأنشطة السياحية المختلفة ، مما جعل المجلة تأخذ القيمة (٢) .

ث- **الألوان** : تعكس الألوان توجه المجلة سواء كان هذا التوجه نحو الدولة أم الحزب أم المجلة ذاتها ، حيث أن الألوان التي تمثل علم الدولة تأخذ القيمة (٣) ، والألوان التي تمثل شعار المجلة تأخذ القيمة (١) والألوان التي تميز بين علم الدولة وشعار المجلة تأخذ القيمة (٢) ، اتضح من التحليل أن المجلة السعودية كان ولائها لشعارها أكثر من الدولة ، فقد كان متوقعا أن يسود اللون الأخضر علي شعار المجلة

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

وموضوعاتها الداخلية ليتماشى مع علم الدولة ، بيد أن اللون الأزرق الباهت ودرجاته القريبة من اللون الرمادي واللون الأصفر كانت متغيرة من عدد إلي آخر، لذا فإن ولاء المجلة السعودية عكست الولاء للمجلة ولمضمونها أكثر من التعبير عن طابع الدولة فهي بذلك تأخذ القيمة (١) .

٤- الذكورة مقابل الأنوثة :

القضية الجوهرية التي يناقشها هذا البعد هي تقاسم المرأة مع الرجل الواجبات والمسئوليات ، ونظرة المجتمع للمرأة التي يعكسها التصميم ، فإذا ما كان المجتمع متوازناً ، فإن صور الرجال تكون متساوية مع صور النساء والاهتمام بها من حيث الحجم يكون متساوياً ، لذا فإن الدراسة تحلل وترصد وضع صور المرأة والاهتمام بها وبزيها ، علي النحو التالي :

جدول رقم (١٢) تحليل الذكورة مقابل الأنوثة في مجلة ترحال

عدد الصور	الاعتماد علي الخيال في التصميم	مشاركة الرجل للمرأة	مدي توافر ادوار أخرى للمرأة بعيداً عن دورها التقليدي (أم - ربه منزل)	اظهار انجازات الذكور (نجاحاتهم - إعلاء مكانتهم)	ظهور المرأة (الذي الانثوي)	حجم صور المرأة
١	١	٢	١	١	١	١

أ- عدد الصور : لقياس التوجه الأنثوي أعطيت صور الرجال قيمة (١) ، وتساوي صور الرجال والنساء قيمة (٢) ، وزيادة صور النساء عن الرجال القيمة (٣) ، وقد تبين من التحليل أن ظهور عدد صور المرأة في مجلة ترحال يعكس انخفاض التوجه الأنثوي وطغيان التوجه الذكوري وهي بذلك تأخذ القيمة (١) ، حيث المجلة طوال فترة الدراسة لم تظهر فيها صور المرأة بشكل متساوي مع صور الرجل ، وأن كان هناك تفاوتاً بسيطاً من عدد إلي آخر خاصة بعد الانفتاح الذي شهدته السعودية من حيث السماح للنساء بقيادة السيارات، وبدخول ملاعب كرة القدم، و فتح دور السينما والسماح بإقامة حفلات غنائية صاحبة مختلطة للرجال والنساء ، إلا أن هذا التفاوت لا يعكس وضع المساواة بين الرجل والمرأة ، ويرجع السبب في ذلك إلي تهميش دور المرأة السياسي وإبراز دور الرجال كفاعل وحيد واساسي في الأنشطة الاجتماعية والثقافية والسياحية والرياضية وغيرها .

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

ب- الاعتماد علي الخيال في التصميم : ويقصد الباحث هنا باستخدام الخيال في التصميم هو مدي قدرة المخرج الصحفي علي تمثيل لشيء خارجي مدرك بصرياً او سمعياً او ذوقياً في خلق اساليب تصميم حسيه تعكس التوجه الانثوي للمجتمع ويراعي النسبة الأكبر من قراء المجلة من السيدات ، فلمصم يجب ان يكون له خيال واسع وذوق في اختيار الالوان واختيار الدرجات المناسبة والقياسات وخاصة في التصميم للمجلات السياحية التي تعتمد علي الرقي والحس الفني والإبداعي ، فالتصاميم الثابتة طوال فترة الدراسة الرتيبة الجامدة الكلاسيكية التي لا تحتوي علي أي إبداع تأخذ القيمة (١) والتصميمات المتغيرة من عدد الي اخر والمختلطة بين الحداثة والأصالة والكلاسيكية تأخذ القيمة (٢) ، والتصميمات المتجددة والحديثة المبتكرة المعتمدة علي ألوان مبهجه وقدرات ابداعية عالية تأخذ القيمة (٣) ، ويتضح من التحليل أعتاد المجلة علي أساليب تصميمية ثابتة طوال فترة الدراسة بدون أي إبداع او خلق او تجديد وهي بذلك تأخذ القيمة (١) حيث أن الإبداع والخيال يرتبط بالمرأة بشكل تفاعلي لاعتبارها فاعلة فيه، ولكونها تمزج بين عمليات التفكير والهندسيات الشعورية الذاتية والمهارات الاجتماعية قصد ابتكار قيم وسلوكيات عبر التفاعل الإبداعي لإيجاد حلول في كافة السياقات الأنثوية والثقافية والفكرية انطلاقاً من الرؤيا التي يتم توصيلها عبر التصميم .

ت- مشاركة الرجل للمرأة : والمقصود بمشاركة الرجل للمرأة ليس الصورة والشكل اللذين يهيمنان علي المخيال العام للناس، بل الوجود الفعلي الملموس من خلال المشاركة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، وجود يلتحم فيه الذاتي بالموضوعي، الواقعي بالتاريخي، السياسي بالديني ، فقد أعطيت الصور التي تدعم دور الرجل فقط القيمة (٣) ، واعطيت الصور التي تدعم المشاركة بين الرجل والمرأة في الادوار الحياتية القيمة (٢) ، وأخذت الصور التي تدعم دور المرأة لوحدها القيمة (٣) ، ويتضح من التحليل أن المجلة اعتمدت علي اظهار دور الرجل فقط في الاعداد الاولي من فترة الدراسة ثم دمجت دور الرجل والمرأة والمشاركة بينهما مما جعلها تأخذ القيمة (٢)، حيث شهدت السعودية العديد من التغيرات الاجتماعية والثقافية والقفزات الواسعة التي تمت على يد الأمير محمد بن سلمان بن عبدالعزيز آل سعود، ولي العهد نائب رئيس مجلس الوزراء وزير الدفاع السعودي، الذي وضع حزمة من الخطط والبرامج الهادفة إلى تحريك طاقات الشباب والمرأة بالمجتمع، وكبح جماح الغلو والتطرف، وبانتت شوارع مدن

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

السعودية ومطاعمها شاهدا على تلك التحولات مثل قيادة السيارة والمشاركة في الأنشطة الرياضية ودخول الملاعب والمطاعم مع الرجال من بوابة واحدة والسفر دون محرم ، وتمكينها في الحصول على المناصب داخل الدواوين الحكومية وهو ما عكسته المجلة في النصف الثاني من فترة التحليل^(٢٥) .

ث- مدي توافر ادوار أخرى للمرأة بعيداً عن دورها التقليدي (أم - ربه منزل) : فالصور التي تعكس الدور التقليدي للمرأة تأخذ القيمة (١) ، والصور التي تعكس الادوار المختلفة للمرأة السعودية كمرأة عاملة ومراة ربه منزل تأخذ القيمة (٢) ، والصور التي تعكس دور المرأة العاملة فقط في المجتمع تأخذ القيمة (٣) ، ويتضح من التحليل أن المجلة اعتمدت في النصف الاول من فترة التحليل علي اظهار الادوار التقليدية فقط للمرأة السعودية كربة منزل - أم - أخت - ابنه .. وهكذا ، غير أن الانفتاح الذي شهدته السعودية أثر أيضاً علي اظهار أدوار أخرى للمرأة عكستها المجلة بدورها وهي بذلك تأخذ القيمة (٢) فالمرأة السعودية في فترة وجيزة أثبتت قدرتها وكانت لديها الكفاءة والمشاركة الحقيقية في بناء الوطن، وقدمت قفزة سريعة فوق المتوقع وكانت على قدر المسؤولية .



شكل رقم (٧)

ج- الاعتماد علي اظهار انجازات الذكور (نجاحاتهم - إعلاء مكانتهم) : فالصور والموضوعات التي تعتمد علي اظهار انجازات الرجل ونجاحاته والاعلاء من قيمته تأخذ القيمة (١) ، والصور والموضوعات التي تعتمد علي اظهار انجازات الرجل والمرأة سوياً ونجاحاتهم والاعلاء من قيمتهم بشكل متساوي تأخذ القيمة (٢) ، والصور والموضوعات التي تعتمد علي اظهار انجازات المرأة ونجاحاتها والاعلاء من قيمتها تأخذ القيمة (٣) ، ويتضح من التحليل أنه بالرغم من الانفتاح الهائل والحقوق التي أعطيت للمرأة مؤخراً في السعودية الا أن المجتمع مازال يعلي من قيمة الرجل ويبرز نجاحاته بشكل كبير علي حساب المرأة

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

وهذا انعكس بشكل واضح بمجلة ترحال طوال فترة الدراسة فأخذت القيمة (١) ، حيث أن المجتمع السعودي مع واقعيته وقبوله المتدرج للمرأة وعملها ، فإنه قبول حذر يستحضر المخاطر المحدقة بسرعة زجها في كافة الميادين والأعمال ومن هنا فإنه تبقى النظرة الشرعية المتأصلة في نفوس المجتمع هي المحك الأساسي لفكرة عمل المرأة السعودية قبولاً أو رفضاً ، ومن الصعب المخاطرة في قلب رؤى وتصورات المجتمع المترسخة نحو اعلاء قيمة المرأة الذي يظل في نظرة منوطاً بالأحكام الشرعية وإجازتها له.

ح- ظهور المرأة (الزني الانثوي) : يعكس زي المرأة تحررها من التقاليد أو التزامها بالتقاليد والدين لدي هوفستيد ، فإذا ما ظهرت بزي متبرج أخذت القيمة (٣) وإذا ما كانت محجبة أخذت القيمة (٢) وإذا ما كانت منقبة أخذت القيمة (١) ، فمن وجهه النظر الأنثوية ينفتح المجتمع عندما تتحرر المرأة من التقاليد المتصلة بالزني ، وقد اتضح من التحليل أن ٩٥% من صور المرأة التي ظهرت بمجلة ترحال كانت لسيدات منتقيات لذا حصلت علي الحد الأدنى (١) ، وقد ظهرت النساء بالمجلة بالزني التقليدي المخصص للنساء عموماً وهو غطاء أسود ساتر للجسم ويسمى العباية بالإضافة إلى غطاء الرأس الطرحة والنقاب ، مما يعنى أن المجتمع السعودي مجتمع محافظ ذو توجه ذكوري .

خ- حجم صور المرأة : ويقصد بحجم الصور الحيز الذي تشغله صور المرأة علي الصفحة ، فكلما شغل حجم صور المرأة مساحة كبيرة علي الصفحة أخذ القيمة (٣) ، وإذا ما ظهر بشكل متوسط يأخذ القيمة (٢) ، وإذا ما كان حجم الصور صغيراً أخذ القيمة (١) ، وقد اتضح من التحليل أن حجم صور المرأة بالمجلة السعودية صغيراً لعدم ارتباط المرأة بالأحداث السياحية او السياسية او المجتمعية ، فكلما كان حجم صور المرأة صغيراً كان تأثيرها علي الأحداث قليلاً .

٥- الانغماس / الكبح :

يشير الانغماس إلي اشباع الحاجات الاساسية والطبيعية والرغبات المرتبطة بالاستمتاع بالحياة والحصول علي المتعة في المقابل يشير الكبح إلي أن هذه الرغبات يجب أن تضبط وتتنظم من خلال الأعراف الاجتماعية ، وتتحقق السعادة في الانغماس من خلال الملذات الشخصية ، اما السعادة في الكبح فتأتي من خلال السيطرة علي الذات ، يمكن تحديد متغيرات الانغماس في الرغبات مقابل كبحها في تصميم المجالات

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

السياحية من خلال ثلاث متغيرات حددها هوفستيد ، أولهما: الشخصيات المتفائلة التي يمكن قياسها بالابتسام ، ثانيهما الاستمتاع بأوقات الفراغ من خلال عرض الترفيه ، ثالثهما : المشاهد او الصور الإباحية الخادشة للحياء إلي حد ما حيث أن الزيادة في تقديم هذه الثلاثية يتجه نحو الانغماس في الرغبات ، والتقليل منها يعن الكبح وهذا يتضح فيما يلي :

جدول رقم (١٣) تحليل الانغماس مقابل الكبح في مجلة ترحال

الابتسام	وقت الفراغ	صور تخدش الحياء
٢	٢	صفر

أ- التفاضل والابتسام : عادة ما تغيب الابتسامة المشرقة عن الصور التي تعرض في الصحف والمجلات العربية ونجد بدلاً عنها صور ذات ملامح قاسية ، سواء للسياسيين أو الشخصيات العامة بدعوي الوقار والجدية علي عكس المجتمعات الغربية التي تتسم صورها بالتفاضل والابتسام ، بيد أن هذه الفئة تختلف من قطر عربي إلي آخر ، فبالنسبة للسعودية هنا لأنها مجلة سياحية أخذت القيمة المتوسطة (٢) من عرض صور الابتسامة والتفاضل .

ب- وقت الفراغ : تعلي ثقافات الانغماس من ممارسة الرياضة واستغلال وقت الفراغ باعتبارهما يحققان المتعة ، في الوقت الذي تري فيه ثقافات الكبح أن ممارسة الرياضة مضيعة للوقت ونزولاً عن الهيبة والوقار ، وينظر إلي من يمارسها بوصف ضد التقاليد ، ويدخل وقت الفراغ ضمن الترفيه السياحي ودور السينما والمسارح وعروضها ، كما أن الوضع الاقتصادي يؤثر في النظرة إلي وقت الفراغ ، فكلما كان الوضع الاقتصادي أفضل كلما اتجهت الأنظار صوب الترفيه ووقت الفراغ ، وكلما كانت الأوضاع الاقتصادية صعبة كلما انصرف الناس عن الترفيه لمضيعته للوقت ، ويرى الباحث هنا أن المجلة السعودية كان لا بد أن تأخذ القيمة القصوى من التحليل هنا لاعتبارها مجلة سياحية تدعو للترفيه والاستمتاع بوقت الفراغ كما أن الوضع الاقتصادي للسعودية مرتفع بسبب البترول ورحلات الحج والعمرة ، الا ان المجلة أخذت القيمة (٢) في فئة وقت الفراغ لأنها لا تدعو بشكل صريح لزيارة دور السينما او ممارسة الرياضة في حين يغلب عليها الانشطة التقليدية مثل الجلوس والسمر وشرب القهوة والشاي .

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

ت- صور تخذش الحياء : يُقصد بالصور التي تخذش الحياء الصور الفاضحة أو شبه العارية التي لا تقبلها ثقافات معينة وتجعلها من التابوهات Taboo " المحظور في نظر المجتمع " لمعارضتها للذوق العام أو يطلق علي هذا النوع من المحظورات الكود الاجتماعي Social code ، وتعد الصور الخادشة للحياء من التابوهات في السعودية لتعارضها مع الدين والقيم والتقاليد مما يعن أنها تنتمي لثقافات الكبح .

٦- التوجه طويل الأمد / قصير الأمد :

إن التوجه طويل الأمد وقصير الأمد يختلفان وفقاً لثلاث ثنائيات : الماضي/المستقبل ، الثبات/التغير ، الخير/الشر ، حيث تُعلي الثقافة طويلة الأمد من الماضي، بينما تتوق الثقافة قصيرة الأمد للمستقبل ، أما بالنسبة للثبات فالأشخاص ذوي التوجه طويل الأمد يتسمون بالثبات والاستقرار في مواقفهم واتجاهاتهم ، اما مواقف الثقافة قصيرة الأمد فمتغيرة وفقاً للظروف ، أما ثنائية الخير والشر فهي نسبية وفقاً للظروف ، وبالتالي التقاليد متغيرة في الثقافة قصيرة الأمد والعكس صحيح بالنسبة للتوجه طويل الأمد ، وهذا ما سنتناوله فيما يلي :

جدول رقم (٢١) تحليل التوجه قصير / طويل الامد في مجلة ترحال

القيم التي تعكس ثقافة قصيرة المدى			القيم التي تعكس ثقافة طويلة الأمد		
الشر	التغير	المستقبل	الخير	الثبات	الماضي
٠	٠	٠	٣	٣	٣

ويتضح من تحليل مجلة ترحال ميلها نحو التوجه طويل الأمد حيث اعتمدت في موضوعات بشكل كبير علي نشر الموضوعات المتعلقة بالوجهات السياحية القديمة والاثرية المتعلقة بالماضي مما جعلها تأخذ القيمة (٣) ، وكذلك مبدأ الثبات في التصميم بين النسخة الورقية للمجلة والنسخة الإلكترونية حيث تبين الاتفاق بين النسخة الورقية والإلكترونية من المجلة من حيث عدد الصفحات الموضوعات والصور وطريقة كتابة الأخبار والألوان فيهما ، وهذا الثبات اتسم من عدد إلي آخر طوال فترة الدراسة في المحافظة علي العادات والتقاليد مما جعلها تأخذ اعلي قيمة من الثبات (٣) ، ويقصد بالثبات هنا ثبات شكل التصميم من عدد إلي آخر متضمن ثبات الألوان وطريقة عرض الصور والعناوين ، فيما ارتبطت المجلة بثنائية الخير/ الشر بأنها تميل لنشر الأخبار المفرحة والابتعاد عن أخبار الكوارث والازمات والمشكلات مما يعكس التوجه

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

طويل الامد ،حيث اتجهت المجلة نحو الخير أي نشر (الأخبار المفرحة) وعدم نشر (الأخبار السيئة) التي تعكس الشر (الجريمة ، الجنس ، المخدرات والخمور) داخل المجتمع .

تحليل واستنتاج الصورة القومية المنعكسة من مجلة ترحال عن السعودية :

للمجلة دور كبير في إظهار المملكة العربية السعودية بصورة قومية إيجابية تدل علي أن المملكة العربية السعودية ورثت المكان، بدلالاته الحضارية المهمة؛ عقيدة وعرقاً، وحضارة، وتاريخاً إلي جانب عمق الاصاله والتراث والمحافظة علي العادات والتقاليد بجانب الاهتمام بالانفتاح والعصرية ومواكبة التطور واعلاء العديد من القيم الايجابية التي تعكس صورة ايجابية براقه عن المملكة مثل المشاركة والتطلع للثقافة والمعرفة والترفيه والاستمتاع بالحياة وحسن التنشئة والتراحم والسلام والهدوء النفسي والأمان والاطمئنان وحسن الاستفادة من التطور والتكنولوجيا والتشجيع علي ممارسة الرياضة وتنمية المواهب والقدرات وتكوين شخصيات متفردة للأطفال ، والحب والترابط وتوفير اوقات للاسترخاء والخروج من أعباء الدنيا ومشاغليها وتوفير سبل الراحة والترفيه لأفراد الأسرة . كما عكست المجلة أيضاً بعضاً من الصورة النمطية السلبية المتخذة عن السعودية إعلامياً من خلال بعض القيم التي عكست التنوع والتعقيد وتداخل السياق القبلي بالديني بالعربي بالمناطقي إلي جانب بعض سلبية السعوديين في نواحي الحياة: النشاط والأعمال والعاطفة والكسل والاتكالية والروح العنصرية والمرأة .

• النتائج العامة للدراسة :

جاء تحليل هوفستيد بالتطبيق علي المجتمع السعودي كما يعكسه تصميم مجلة ترحال :

أ- مجتمع سلطوي يعتمد علي هرمية السلطة .

ب- قد تبين من التحليل أن القيود المفروضة علي نشر الموضوعات السياحية بالمجلة السعودية كانت عالية في النصف الاول من فترة الدراسة ثم أخذت هذه القيود تتفك شيء فشيء بالحفاظ علي ثوابت لا يمكن المساس بها ، حيث ظهر ذلك بالموضوعات والصور المنشورة داخل المجلة والتي ارسى قيودا علي عدم نشر أي موضوع يتناول الموانع والمحرمات داخل أراضي المملكة من أكل لحم الخنزير وشرب الخمور

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية للمملكة السعودية

بكافة أنواعها او ظهور الرجال او النساء بملابس السباحة علي الشواطئ ، الا أن بعد الانفتاح والسماح بإقامة الحفلات والمهرجانات المملكة اخذت هذه القيود بالتلاشي .

ت- اتضح من التحليل أن المجلة السعودية تنتمي للفئة الأولى من تجنب الحيرة المرتفع حيث أنها أخذت اعلي قيمة في جميع فئات التحليل هذه الفئة .

ث- يتضح من تحليل المجلة أن المجتمع السعودي في جميع مناحي الحياة به قد انصبغ بصفة التوجه نحو الجماعية .

ج- أتضح من تحليل المجلة أن المجتمع السعودي مجتمع محافظ ذو توجه ذكوري ، هذا وبالرغم من الانفتاح الذي شهدته السعودية .

ح- اتضح من تحليل المجلة أن السعودية تتمسك بشكل كبير بالدين والقيم والتقاليد مما يعن أنها تنتمي لثقافات الكبح .

خ- اتضح من تحليل مجلة ترحال ميلها نحو التوجه طويل الأمد حيث اعتمدت في موضوعات بشكل كبير علي نشر الموضوعات المتعلقة بالوجهات السياحية القديمة والاثرية المتعلقة بالماضي .

١- قدمت المجلة المملكة العربية السعودية بصورة قومية إيجابية تدل علي أن المملكة العربية السعودية ورثت المكان، بدلالاته الحضارية المهمة؛ عقيدة وعرقا، وحضارة، وتاريخاً إلي جانب عمق الاصاله والتراث والمحافظة علي العادات والتقاليد بجانب الاهتمام بالانفتاح والعصرية ومواكبة التطور .

- (1)– Barbara Czarnecka, Ross Brennan & Serap Keles (2018) " Cultural Meaning, Advertising, and National Culture: A Four–Country Study " Journal of Global Marketing– Volume 31, 2018 – Issue 1.
- (2)–Mikhaleva, Galina (2015) Cultural reflection Impact of European Media Education Strategies on Russian Media Education Development: European Journal of Contemporary Education, v14 n4 p239–244
- (3) Manjul Gupta (2021) ,Social network behavior inappropriateness: the role of individual–level espoused national cultural values, Information Technology & People, vol. ahead–of–print no. ahead–of–print, <https://doi.org/10.1108/ITP-05-2020-0301> .
- (4) Filippo Vitolla, Nicola Raimo ,Michele Rubino , and Giovanni Maria Garegnani (2021) , Do cultural differences impact ethical issues? Exploring the relationship between national culture and quality of code of ethics, Journal of International Management , Volume 27, Issue 1, March 2021, pp 100823.
- (5) Minkov, M. and Kaasa, A. (2020), "A test of Hofstede's model of culture following his own approach", Cross Cultural & Strategic Management, Vol. ahead–of–print No. ahead–of–print. <https://doi.org/10.1108/CCSM-05-2020-0120>
- (6) Agostino Vollero, Alfonso Siano, Maria Palazzo and Sara Amabile(2020) " Hofstede's cultural dimensions and corporate social responsibility in online communication: Are they independent constructs? "

, Corporate Social Responsibility and Environmental Management ,
Volume27, Issue1, January/February 2020 , Pages 53–64.

(7) Songshan Huang ,JohnCrottsb(2019) "Relationships between
Hofstede's cultural dimensions and tourist satisfaction: A cross–country
cross–sample examination ",Tourism Management , Volume 72, June
2019, Pages 232–241.

(8) Michael Serazio (2021) " How design and production of news went
guerrilla marketing: a history, logic, and critique of brand journalism" ,
Media, Culture & Society, Vol 43, Issue 1, 2021.p879.

(9) Mariana Kitsa (2019) " Design of the newspaper as an important factor
in attracting young audience ", National university – Iviv polytechnic ,
Ukraine , available at : [https://cyberleninka.ru/article/n/design-of-the-
newspaper-as-an-important-factor-in-attracting-young-audience](https://cyberleninka.ru/article/n/design-of-the-newspaper-as-an-important-factor-in-attracting-young-audience) .

(10)Johanna Schindler, Philipp Müller (2018) " Design follows politics? The
visualization of political orientation in newspaper page layout " SAGE
Journals , Visual Communication, Vol17, Issue 2, pp450–466.

(11)David L. Morris II, Matthew J. Haught (2017) " America's front pages: A
30–year Cultural update " SAGE Journals , Newspaper Research Journal ,
Vol39, Issue1, pp50–66.

(12) McGraw–Hill (2011) " Hofstede, Geert, Gert Jan Hofstede and Michael
Minkov.Cultures and Organizations: Software of the Mind, 3rd ed. New
York, pp78.

،(13) Minkov Michael (2007). What makes us different and similar: A new interpretation of the World Values Survey and other cross-cultural data.

Sofia, Bulgaria: Klasika y Stil Publishing House,pp80-98

(14) Hend S Al-Khalifa and Regina A.Garcia(2014) website design based on cultures: an investigation of saudis, Filipinos, and Indians Government Websites attributes, in Aaron Marcus (Ed)Design, User Experience, and Usability. User Experience Design for Diverse Interaction Platforms and Environments, Springer pp 15-27

(15) Gul, M. (2013). Long-term Orientation, Perceived Consumer Effectiveness, and Environmentally Conscious Consumer Behavior: The Case of Turkey. International Journal OJ Marketing Studies, 5(S).

<http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v5n5p24>

(16) Suzanne Mcdonough (2011)Connecting Visual Design and Dofstede's Cultural Dimensions: the United States, Latin America and Spain, Master of Arts, College of Arts and Humanities at the University of Central Florida.

(17) Nouf Khashman and Andrew Large (2013) Measuring Cultural Markers in Arabic Government Websites Using Hofstede's Cultural Dimensions, in Aaron Marcus (ed) Design, User Experience, and Usability: User Experience Design for Diverse Interaction Platforms and Environments: Third International Conference, 1st part, Spring, pp 431- 439..

(18) Omneya M Yacout and Lamiaa I Hefny (2015) Use of Hofstede's cultural dimensions, demographics, and information sources as

الأبعاد الثقافية لتصميم مجلة ترحال السياحية وانعكاسها علي الصورة القومية
للمملكة السعودية

antecedents to cognitive and affective destination image for Egypt, Journal of Vacation Marketing, Vol. 21(1) 37-52.

(19)-omneya M Yacout and Lamiaa I Hefny (2015) Use of Hofstede's cultural dimensions, demographics, and information sources as antecedents to cognitive and affective destination image for Egypt, Journal of Vacation Marketing, Vol. 21(1) 37-52.

(20) Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Online Readings In Psychology And Culture, 2(1). Pp 1-24.

٢١- مفيد الزبيدي (٢٠٠٤) " موسوعة تاريخ المملكة العربية السعودية: الحديث والمعاصر " ، السعودية ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ص ٢١٤ ..

٢٢- بدر بن عادل فقير (١٩٩٩) : " عناصر القوة في توحيد المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية في الجغرافيا السياسية " ، المملكة العربية السعودية، الأمانة العامة للاحتفال بمرور مائة عام على تأسيس المملكة، ص ٣٤١

٢٣- وزارة الإعلام، "وثائق التاريخ - مختارات من كلمات ولقاءات جلالة الملك فهد بن عبد العزيز"، ص ١٧٠، بتصرف. ، الاثنين ٢٧/٤/٢٠٢٠ ، متاح علي : <https://www.media.gov.sa>

٢٤- موقع وزارة السياحة السعودية ، السبت ٢/٥/٢٠٢٠ ، متاح علي : <https://mt.gov.sa>

٢٥- محمد عبدالله المانع (١٩٩٤) " توحيد المملكة العربية السعودية " ، ترجمة : عبدالله بن صالح ، السعودية ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، ص ٢٥٩.

٢٦- المملكة العربية السعودية في الموسوعة العربية العالمية(١٤١٩ - ١٩٩٩) ، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع ، ص ١٣٤.

٢٧- موقع وزارة الخارجية السعودية ، الجمعة ١/٥/٢٠٢٠ ، متاح علي : <https://visa.mofa.gov.sa>